

**ANALISIS POSISI BERSAING PERUSAHAAN ART  
ANTIQUÉ, FURNITURE DAN HANDYCRAFT CV. GRIYA  
KRIYASTA NUGRAHA, YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



Oleh :

**MHD. AGUS SALAM SURYA**  

---

**NOMOR MAHASISWA 99 311 177**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA  
2003**

**ANALISIS POSISI BERSAING PERUSAHAAN ART  
ANTIQUÉ, FURNITURE DAN HANDYCRAFT CV. GRIYA  
KRIYASTA NUGRAHA , YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat – syarat ujian akhir  
guna memperoleh gelar sarjana strata I program studi Manajemen  
Pemasaran pada Fakultas Ekonomi UII.**

**Oleh :**

**MHD. AGUS SALAM SURYA  
NOMOR MAHASISWA 99 311 177**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA  
2003**

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

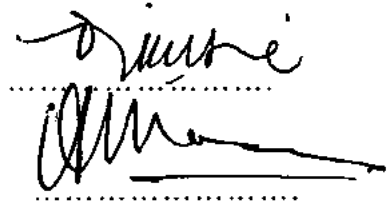
SKRIPSI BERJUDUL :

ANALISIS POSISI BERSAING PERUSAHAAN ART ANTIQUE , FURNITURE  
DAN HANDYCRAFT CV. GRIYA KRIYASTA NUGRAHA , YOGYAKARTA.

Disusun Oleh : MHD. AGUS SALAM SURYA  
Nomor Mahasiswa : 99 311 177


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS  
pada tanggal 11 Maret 2003

Penguji/ Pembimbing Skripsi : DRA. SRI HARDJANTI, MM



Penguji : DRS. AL HASIN, MBA

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia  
  
Drs. Warsono, MA

**PENGESAHAN**

**ANALISIS POSISI BERSAING PERUSAHAAN ART ANTIQUE,  
FURNITURE DAN HANDYCRAFT CV. GRIYA KRIYASTA  
NUGRAHA , YOGYAKARTA.**

**YOGYAKARTA, 8 FEBRUARI 2003**

**Telah disetujui**

**Dosen Pembimbing**



**Dra. Hj. Sri Hardjanti, MM**

## MOTTO

*“ Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu“*

*(Al – Baqarah (2) : 45) .*

*“ ...Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran bagimu...” (Al – Baqarah (2) : 185) .*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Almarhum **Al. Haj. PROF. DR. S.S. Kadirun Yahya, MSc.** yang senantiasa membimbing hidupku lahir dan batin.
2. Almarhum ayahanda dan ibunda tercinta yang selalu mengiringi langkahku dengan doa.
3. Spesial untuk **Dina Sulastri** tercinta yang senantiasa memberi dukungan pada setiap usahaku.

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmannerrohim

Assalamu' alaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, dan hidayah- NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul

“ANALISIS POSISI BERSAING PERUSAHAAN ART ANTIQUE, FURNITURE DAN HANDYCRAFT CV. GRIYA KRIYASTA NUGRAHA , YOGYAKARTA”

Skripsi ini dapat penulis selesaikan atas bantuan dan dorongan banyak pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. **Bpk. Drs. H. Suwarsono, MA** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Univesitas Islam Indonesia .
2. **Ibu. Dra. Hj. Sri Hardjanti, MM** selaku dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan masukan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
3. **Bpk. H. Ambar Tjahyono, SE** selaku Direktur Utama CV. GKN atas ijin yang memberikan kepada penulis untuk dapat melakukan penulisan di CV.GKN.
4. **Mbak Bibi** dan staf pengawai CV. GKN yang telah membantu dalam memeperoleh data-data di perusahaan yang diperlukan.
5. **ASMINDO** Cabang Yogyakarta yang telah banyak membantu dalam proses jalannya penelitian ini terutama dalam rekomendasi penelitian di perusahaan-perusahaan mebel yang ada di Yogyakarta.

6. Kedua orang tua saya tercinta yang telah memberikan biaya, doa, nasehat, semangat, dan kasih sayang sehingga memperlancar penyusunan skripsi ini.
7. Untuk **Dina Sulastri** yang senantiasa memberi semangat, kasih sayang, cinta dan doa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Mas Danny pemilik rental “ IC computer” yang telah membantu penulisan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan secara langsung maupun tidak langsung memberikan bantuan untuk penyusunan skripsi ini.

Semoga amal dan kebaikan yang telah diberikan mendapatkan imbalan yang layak dari ALLAH SWT. Amin.

Akhirnya penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Terima Kasih.

Yogyakarta, 6 maret 2003

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN MOTTO .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB. 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	6
1.3. Batasan Masalah .....	6
1.4. Tujuan Penelitian .....	8
1.5. Manfaat Penelitian .....	9
1.6. Metode Penelitian .....	9
1.6.1. Obyek dan Subyek Penelitian .....	9
1.6.2. Metode Pengumpulan Data .....	10
<b>BAB. II. LANDASAN TEORI</b>	
2.1. Pengertian Pemasaran .....	17

2.2.	Strategi Pemasaran .....	19
2.3.	Pengembangan Strategi Pemasaran .....	21
2.3.1.	Segmentasi Pasar .....	21
2.3.2.	Strategi Memasuki Pasar .....	22
2.3.3.	Strategi Marketing Mix .....	24
2.3.4.	Strategi Penentuan Waktu .....	32
2.4.	Strategi Positioning .....	32
2.4.1.	Pengertian Positioning .....	32
2.4.2.	Manfaat Pokok Strategi Positioning .....	33
2.4.3.	Pemilihan Konsep Penentuan Posisi .....	35
2.4.4.	Pemilihan Strategi Penentuan Posisi .....	37
2.4.5.	Penentuan Posisi Pasar .....	40
2.4.6.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Strategi Penentuan Posisi .....	41
2.5.	Analisa Swot .....	42

### BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1.	Perkembangan perusahaan .....	51
3.2.	Misi, Visi, Dan Filosofi .....	54
3.3.	Struktur Organisasi .....	55
3.4.	Produksi .....	67
3.4.1.	Jenis Produk Perusahaan .....	67
3.4.2.	Bahan Baku .....	70
3.4.3.	Proses Produksi .....	71

3.5. Pemasaran .....	74
3.5.1. Daerah Pemasaran .....	74
3.5.2. Label Produk .....	75
3.5.3. Pembungkusan .....	76
3.5.4. Harga Produk .....	77
3.5.5. Cara Penjualan .....	77
3.5.6. Saluran Distribusi .....	77
3.5.7. Promosi .....	78

#### BAB IV. ANALISA DATA

4.1. Identifikasi variabel Internal dan Eksternal Perusahaan.....	81
4.2. Evaluasi faktor Variabel Internal Perusahaan Mebel “GKN” .....	81
4.3. Hasil Evaluasi dari faktor Internal .....	83
4.4. Evaluasi faktor Variabel Eksternal Perusahaan Mebel “CV. GKN” .....	86
4.5. Hasil evaluasi dari faktor Eksternal .....	87
4.6. Penentuan Posisi Bersaing dengan Space matrik dan IE matrik .....	90
4.7. Evaluasi faktor Variabel Internal Perusahaan Mebel “Wijaya” .....	94
4.8. Hasil evaluasi dari faktor internal .....	95

4.9. Evaluasi faktor Variabel eksternal perusahaan mebel “Wijaya” .....	98
4.10. Hasil evaluasi dari faktor eksternal .....	99
4.11. Penentuan Posisi Bersaing dengan Space matrik dan IE matrik .....	102
4.12. Evaluasi faktor Variabel internal perusahaan mebel “prestise” .....	105
4.13. Hasil evaluasi dari faktor internal .....	106
4.14. Evaluasi faktor Variabel eksternal perusahaan mebel “Prestise” .....	108
4.15. Hasil evaluasi dari faktor eksternal .....	109
4.16. Penentuan Posisi Bersaing dengan Space matrik dan IE matrik .....	112
4.17. Posisi perusahaan Griya Kriyasta Nugraha dalam industri permebelan di Yogyakarta .....	114
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....	 118
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1. Indikator Variabel Eksternal dan Internal .....	13
Tabel 1.2. Internal – Eksternal Matrik .....	15
Tabel 2.1. Indikator Variabel Eksternal dan Internal .....	43
Tabel 2.2. Internal – Eksternal Matrik .....	45
Tabel 4.1 Perhitungan Skor Variabel Internal .....	82
Tabel 4.2. Perhitungan Skor Variabel Eksternal .....	86
Tabel 4.3. Perhitungan Skor Variabel Internal .....	94
Tabel 4.4. Perhitungan Skor Variabel Eksternal .....	98
Tabel 4.5. Pehitungan Skor Variabel Internal .....	105
Tabel 4.6. Perhitungan Skor Variabel Eksternal .....	108

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1. Struktur Organisasi Perusahaan Furniture, Art Antique dan Handycraft CV. Griya Kriyasta Nugraha Yogyakarta .....	58
Gambar 4.1. Internal – Eksternal Matrik .....	92
Gambar 4.2. Internal – Eksternal Matrik .....	103
Gambar 4.3. Internal – Eksternal Matrik .....	113
Gambar 4.4. Internal – Eksternal Matrik .....	114